

8. Salazar A. J. Mapping the Scope of Information Technology Enabled Transformation: A Multi-Theoretical Framework and Review [Электронный ресурс]. Manchester Metropolitan University Business School Working Paper Series. 2009. URL. Режим доступа: <http://www.ribm.mmu.ac.uk/wps/papers/05-01.pdf>.

9. Thompson S. H. T. Understanding online shopping behavior using a transaction cost economic approach // International Journal Internet Marketing and Advertising. – 2004. Vol. 1. – No. 1. – P. 62–84.

УДК 316.776

В.А. Франц,

доцент кафедры интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга,
Уральский федеральный университет,
г. Екатеринбург, Россия

МИГРАЦИЯ В ЗЕРКАЛЕ СМК: СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ И ТЕНДЕНЦИИ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ О МИГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССАХ В РОССИИ¹⁶

Аннотация: В статье обосновывается необходимость совершенствования коммуникационной политики государства, СМИ и НКО относительно вопросов миграции. Автор утверждает, что отношение общественности к миграционным процессам и мигрантам в России в последние годы смещается от негативного к нейтральному. Однако в настоящий момент оно нестабильно в связи с эскалацией террористического насилия и ухудшением миграционной ситуации в Европе. На основании результатов контент-анализа различных СМК автор приходит к выводу, что в целях гармонизации межэтнического взаимодействия в России необходима всеобъемлющая информационно-коммуникационная стратегия, которая на текущий момент не сформирована.

Ключевые слова: Миграция, мигранты, средства массовой коммуникации, коммуникационная политика, терроризм, гармонизация межэтнического взаимодействия.

V.A. Frants,

Associate Professor, Department of Marketing Technologies and Branding,
Ural Federal University,
Yekaterinburg, Russia

MIGRATION IN THE MIRROR OF MASS-MEDIA: MODER TOOLS AND TRENDS OF OPINION ON MIGRATION PROCESSES IN RUSSIA FORMATION

Abstract: The article substantiates the necessity of the government, media and NGOs migration concerning communication policy improving. The author argues that public attitudes to migration processes and migrants in Russia in recent years shifted from negative to neutral. However at the moment it is unstable due to the escalation of terrorist violence and the deteriorating migration situation in Europe. On the basis of the results of the content analysis of different media, the author comes to the conclusion that in order to harmonize the inter-ethnic relations in Russia a comprehensive information and communication strategy is required. Currently it's not formed yet.

Keywords: Migration, migrants, mass media, communication policy, terrorism, harmonization of interethnic interaction.

Согласно «Концепции государственной миграционной политики Российской Федерации на период до 2025 года», принятой в 2012 г., «Миграционные процессы

¹⁶ Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ научного проекта №16-33-00010.

играют значимую роль в социально-экономическом и демографическом развитии Российской Федерации. За последние два десятилетия миграционный прирост в значительной степени компенсировал более половины естественной убыли населения» [5]. В связи с вышесказанным в качестве важных элементов государственной политики РФ декларируются формирование условий для адаптации и интеграции мигрантов, защита их прав и свобод, обеспечение социальной защищенности.

При этом, как утверждается в документе, в российском обществе еще достаточно сильны негативные тенденции в восприятии иноэтничных мигрантов. Для формирования подобного отношения к мигрантам существует ряд объективных причин. Так, мигранты новых поколений, прибывающие в Россию из государств-участников Содружества Независимых Государств, обладают более низким уровнем образования, знания русского языка и профессионально-квалификационной подготовки по сравнению с предшественниками. Кроме того, незаконная миграция, представляющая собой главный источник рабочей силы для теневого сектора экономики, вызывает резко отрицательное отношение общественности. Отсутствие государственных программ адаптации и интеграции, которые могли бы способствовать минимизации названных негативных явлений, способствует фактической изоляции мигрантов от принимающего сообщества и нарастанию социальной напряженности.

С целью изменения общественных настроений в направлении, соответствующем миграционной политике государства, к организации программ интеграции и адаптации предполагается привлечь все заинтересованные стороны, а также в полной мере задействовать потенциал средств массовой информации.

Помимо экономических, некоторые исследователи называют и ряд политических причин необходимости привлечения мигрантов в РФ. Так, эксперты международного дискуссионного клуба «Валдай» подчеркивают: «Террористические группировки могут сосредоточиться в одной из стран Средней Азии, особенно уязвимым является Таджикистан. Однако пока молодые мужчины из Таджикистана, Узбекистана, Киргизии могут зарабатывать в России, они вряд ли пойдут под знаменем джихада свергать политические режимы у себя дома. На фоне замедления роста строительного сектора в России наиболее сложным в этом году будет положение в Таджикистане, где действующая власть наращивает противостояние с Исламской партией возрождения, что создает угрозу ее ситуативного союза с более радикальными группировками. Возможное возобновление гражданской войны в Таджикистане неизбежно вынудит Россию вмешаться» [8].

Необходимо учитывать, что усиление террористического насилия со стороны представителей радикального ислама, а также ухудшение миграционной ситуации в Европе, активно освещаемые в российских СМИ, могут способствовать усилению мигрантофобии, уровень которой среди коренных россиян в последние два-три года демонстрирует тенденцию к снижению. Об этом свидетельствуют результаты опросов населения, которые проводились в ближайшие несколько лет как учеными, так и журналистами. Так, если в 2011-12 годах фиксировалось преимущественно негативное отношение к мигрантам, то сейчас оно характеризуется, скорее, как нейтральное [7, 11, 12].

Однако существует ряд факторов, которые, на наш взгляд, доказывают, что в рамках некоторых социальных групп мигрантофобские настроения еще достаточно сильны. Одним из таких факторов является содержание программ наиболее крупных и авторитетных политических партий в части, касающейся отношения к миграционной ситуации в стране.

Например, в программе партии «ЛДПР» утверждается: «Надо материально стимулировать и поощрять работу не иностранцев, а отечественных специалистов, работающих в Академии наук, вузах и российских наукоградах. Талантливые учёные, инженеры, конструкторы должны работать на российскую экономику, для народа России» [10].

В программе партии «Справедливая Россия» высказывается аналогичная позиция: «Россия не нуждается в нелегальных мигрантах. Совокупные общественные затраты и издержки на содержание гастарбайтеров значительно выше, чем их вклад в экономическое развитие страны. Привлекать мигрантов следует только в те области и на те территории, где без их помощи не обойтись. Нельзя допускать, чтобы мигранты занимали рабочие места россиян, создавая излишнюю конкуренцию на рынке труда» [4].

Политическая партия КПРФ высказывается по вопросам миграции наиболее осторожно. Однако учитывая специфику ее информационной политики по данному вопросу в недавнем прошлом, а также характер ряда размещенных в разделе «За что борются коммунисты» публикаций, можно сделать вывод, что отношение партии к миграции в РФ также скорее негативное [9].

В формировании своих программ политические партии, как правило, опираются на настроения и мнения своего электората. Особенно это очевидно в случае партии «ЛДПР». Большую часть целевой аудитории этой партии составляют общественные группы, представители которых имеют невысокий доход и являются представителями рабочих профессий или работниками сферы обслуживания, то есть именно те социальные категории, для которых мигранты являются непосредственными конкурентами за рабочие места. С другой стороны, политические партии, в свою очередь, влияют на формирование социально-политических взглядов своего электората, в данном случае способствуя распространению негативного восприятия мигрантов и миграции.

Следует также осознавать достаточно высокую нестабильность текущего состояния восприятия мигрантов обществом в целом, связанную с мировыми глобальными процессами и освещением их в СМИ. Рост уровня террористического насилия и страха общественности перед ним влечет за собой обострение реакции на любые проявления агрессии со стороны мигрантов. Ярким примером является недавно произошедший инцидент с убийством девочки психически больной няней-мигранткой в Москве. Данный инцидент, бесспорно, является трагедией, однако подобные действия нередко совершают и русские. Но в связи с ростом страха перед мусульманами и естественным для психологии человека настороженным отношением к «чужому», «иному» особенно острую реакцию общественности вызвал именно этот инцидент.

В связи со всем вышесказанным можно сделать вывод, что для достижения гармоничных межэтнических взаимоотношений в РФ, а также успешной интеграции мигрантов в принимающее сообщество необходима, помимо прочего, грамотная информационная политика как органов государственной власти, так и иных информационных акторов.

Как показали исследования группы ученых из Санкт-Петербургского государственного инженерно-экономического университета, мнение общественности находится в прямой зависимости от: 1) интенсивности и частоты информационного воздействия СМИ, 2) характера властного дискурса и 3) мнения «лидеров мнений». При этом было выявлено, что наибольшее воздействие оказывает именно информация, подчерпнутая в СМИ [3, с. 428].

Каков же характер информации о мигрантах и миграции, наиболее часто встречающейся сегодня в российских СМИ? Проведенный нами анализ новостных интернет-источников, из которых, по нашему мнению, получает информацию большая часть населения, в отношении миграции как явления преобладает информация негативного характера: о нарушениях законодательства РФ и коррупции, а также об активном противодействии государственных органов данным явлениям. Гораздо меньшую долю составляют публикации об экономической целесообразности миграции, однако таких публикаций немало.

Относительно мигрантов преобладают публикации нейтрального характера. Немало публикаций призвано продемонстрировать разные взгляды на поведение мигрантов в российских условиях и сформировать в общественном мнении установку, что единой модели поведения мигрантов не существует. Как и все люди, мигранты могут быть разными — агрессивными и мягкими, ответственными и безответственными, ленивыми и трудолюбивыми и т.д. Кроме того, ряд опубликованных в СМИ исследований показал, что для многих россиян миграция не является острой проблемой, потому они выражают нежелание интересоваться данным вопросом. О невысокой заинтересованности общественности вопросами миграции говорит и небольшое количество тематических блогов, форумов и иных коммуникационных площадок, предназначенных для обсуждения данной тематики.

Существует также немало публикаций положительного характера, описывающих мигрантов как трудолюбивых, ответственных, непритязательных, заботящихся о семье и верных традициям людей. При упоминании же мигрантов в негативном ключе наиболее часто им приписываются такие качества, как некомпетентность, агрессивность, неуважение к культуре и законам страны нахождения, неспособность соблюдать нормы элементарной гигиены, склонность к девиантному поведению.

На наш взгляд, освещение вопросов миграции в СМК и знакомство с ними общественности носит во многом случайный характер. Большинство людей получают информацию о данном явлении в ходе просмотра новостных интернет-порталов, реже — телевизионных выпусков новостей. Соответственно, возможность их ознакомления во многом зависит от частоты потребления информации, а также специфики предпочитаемых источников информации. На интернет-сайтах органов государственной власти, в том числе профильных ведомств, информация о миграции представлена в минимальном объеме и не всегда в удобной форме. Некоммерческие организации, специализация которых связана с вопросами миграции, еще в меньшей степени владеют инструментами донесения информации о своей деятельности до широкой общественности. Информация о них зачастую доступна только тем, кто уже заведомо знает об их существовании. Таким образом, на наш взгляд, в целях гармонизации межнационального взаимодействия в России, необходима всеобъемлющая информационно-коммуникационная стратегия, которая на текущий момент не сформирована.

Библиографический список

1. Дятлов В.И., Григоричев К.В. Переселенческое общество Азиатской России: миграции, пространства, сообщества. Иркутск: «Оттиск». – 2013. – С. 624.
2. Епархина О. В. Социология общественного мнения: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования. М.: Издательский центр «Академия». – 2013. – С. 240.

3. Окладникова Е.А. Общественное мнение жителей Санкт-Петербурга о трудовых мигрантах и факторы, его формирующие. Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2014. - № 2(1). – С. 423 – 430.
4. Официальный сайт Политической партии «Справедливая Россия» [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.spravedlivo.ru
5. Официальный сайт Президента РФ [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.kremlin.ru
6. Официальный сайт фонда «Миграция XXI век» [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.mirpal.org/fond.html
7. Сайт информационного агентства «Lenta.ru» [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.lenta.ru
8. Сайт информационного агентства «Regnum» [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.regnum.ru
9. Сайт коммунистической партии Российской Федерации [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.kprf.ru
10. Сайт либерально-демократической партии России [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.ldpr.ru
11. Сараева О.В. Конструирование образов миграции на региональном и федеральном уровнях. Вестник ТОГУ. – 2012. - № 3(26). – С. 267 – 276.
12. Скребцова Т.Г. Образ мигранта в современных российских СМИ. Политическая лингвистика. – 2007. 3(23). – С. 115-118.

УДК 070

А.С. Юферева,

аспирант,

Институт философии и права УрО РАН,

г. Екатеринбург, Россия

СИНЕРГЕТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ МЕДИАКОНВЕРГЕНЦИИ КАК ОСНОВА СТРАТЕГИИ ПО УПРАВЛЕНИЮ ИНТЕГРИРОВАННЫМИ МАРКЕТИНГОВЫМИ КОММУНИКАЦИЯМИ

Аннотация. На состоянии и перспективах медиаменеджмента неминуемо сказываются те радикальные перемены, которые протекают сегодня в информационном обществе. Уровень компетентности в процессе управления медиапредприятием во многом зависит от глубины и полноты осознания представителями массмедиа феномена медиаконвергенции. Чтобы представить сложившуюся картину в сфере средств массовой коммуникации целостно, требуется обратиться к ключевым представлениям о медиаконвергенции, осмыслить синергетический потенциал данного процесса применительно к использованию интегрированных массовых коммуникаций. Обращение к поставленным вопросам необходимо для расширения границ понимания медиаконвергенции, значение которой в политике управления современными медиапредприятиями приобретает качественно новый смысл.

Ключевые слова: медиаконвергенция, синергетика, интегрированные маркетинговые коммуникации, СМИ, медиаменеджмент.

A.S. Yufereva,

PhD Student,

Institute of Philosophy and Law,

Ural Branch of the Russian Academy of Science,

Yekaterinburg, Russia